

# CAMERA DEI DEPUTATI N. 1809

## PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**MOLLICONE, BUTTI, MULÈ, LOTTI, CASCIELLO, TOCCAFONDI, FRAS-  
SINETTI, ASCANI, BASINI, CARETTA, CASSINELLI, CATALDI, CIA-  
BURRO, DEIDDA, NEVI, OSNATO, PELLA, PICCOLI NARDELLI, PIT-  
TALIS, RAFFA, ROTELLI, VARCHI, VIETINA**

Modifiche all'articolo 57-*bis* del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, in materia di credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali

*Presentata il 30 aprile 2019*

ONOREVOLI COLLEGGHI! — L'articolo 57-*bis* del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, ha previsto un'importante agevolazione di natura fiscale nella forma di un credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali, con un incremento minimo dell'1 per cento rispetto agli analoghi investimenti dell'anno precedente.

Tali investimenti devono essere effettuati dalle imprese, dai lavoratori autonomi e dagli enti non commerciali, sulla stampa (giornali quotidiani e periodici, locali e nazionali) e sulle emittenti radio-

televisive a diffusione locale, nella misura del 75 per cento del valore incrementale degli investimenti effettuati, elevato al 90 per cento nel caso di microimprese, piccole e medie imprese e *start up* innovative. Al citato articolo 57-*bis* è stata data attuazione con il regolamento di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 16 maggio 2018, n. 90, che ha stabilito le modalità e i criteri di attuazione delle disposizioni dell'articolo, con particolare riguardo agli investimenti che danno accesso al beneficio, ai casi di esclusione, alle procedure di concessione e di utilizzo del beneficio, alla documentazione richiesta,

all'effettuazione dei controlli e alle modalità finalizzate ad assicurare il rispetto del limite di spesa.

Il medesimo articolo 57-*bis*, al comma 3, individua per il solo anno 2018 la spesa per concedere il credito d'imposta per campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica anche *on line* e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, pari a 62,5 milioni di euro, ai quali si è provveduto mediante corrispondente riduzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, di cui all'articolo 1 della legge n. 198 del 2016.

La misura, prevista per parte del 2017 e per il 2018, ha avuto un buon riscontro da parte degli investitori, che hanno avuto la possibilità di avere maggiori spazi pubblicitari per la promozione dei loro prodotti e servizi. Tuttavia, il ritardo con cui sono stati emanati i provvedimenti attuativi e la mancanza di un'adeguata pubblicità dell'intervento non hanno consentito di sfruttare al meglio l'incentivo.

Con riferimento all'anno 2019 rimangono vigenti le modalità e i criteri di attuazione previsti dal citato regolamento di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei ministri n. 90 del 2018. A tale riguardo si evidenzia che per gli anni successivi al 2018 i soggetti interessati devono presentare un'apposita richiesta per l'accesso al credito dal 1° al 31° marzo di ogni anno e che il Dipartimento per la programmazione e il coordinamento della politica economica della Presidenza del Consiglio dei ministri provvede alla pubblicazione di un avviso, entro il quindicesimo giorno antecedente alla data di presentazione delle domande, indicando le risorse disponibili per la concessione dell'agevolazione. Tale tempistica permette ai soggetti a cui la misura si rivolge di conoscere l'ammontare a disposizione in tempo utile al fine di pianificare adeguatamente i propri investimenti pubblicitari.

Il 20 marzo 2019, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri ha pubblicato una precisazione relativa al credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari per

l'anno 2019 indicando che « Per l'anno 2019, la misura non è stata ancora, con espressa disposizione di legge, rifinanziata e, pertanto, non essendo disponibili le necessarie coperture finanziarie, non è possibile presentare le comunicazioni per l'accesso all'agevolazione. Il Dipartimento darà in ogni caso tempestiva notizia della eventuale disponibilità di nuove risorse e delle procedure che saranno, in quel caso, attivate ».

Il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri che individua l'ammontare del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione per l'anno 2019 (di cui all'articolo 1, comma 4, della legge n. 198 del 2016) è in corso di registrazione alla Corte dei conti e individua risorse pari a 166.315.005 milioni di euro, di cui euro 100.002.827 destinati alle diverse finalità di competenza della Presidenza del Consiglio dei ministri da stabilire con il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 1, comma 6, della legge n. 198 del 2016 ed euro 66.312.178 da destinare a interventi di sostegno all'emittenza radiofonica e televisiva in ambito locale, di competenza del Ministero dello sviluppo economico. L'ammontare è pressoché il medesimo individuato per l'anno 2018.

Il Sottosegretario con delega all'editoria Vito Crimi ha più volte ribadito, in occasioni pubbliche, la volontà di confermare il credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari. Tale convinzione deriva soprattutto dal fatto che si tratta di un « incentivo alla domanda » a sostegno prevalentemente delle piccole e medie imprese.

Il Sottosegretario Crimi avrebbe avuto l'intenzione di intervenire al riguardo dopo la chiusura degli Stati generali per l'editoria, un termine, però, troppo avanzato per le imprese in attesa di programmare gli investimenti pubblicitari per l'anno 2019 che in tal caso, così come già accaduto per l'anno 2018, non avrebbero in tempo utile le informazioni necessarie relative all'ammontare destinato all'incentivo e la conseguente possibilità di pianificare adeguatamente i propri investimenti perdendo quindi un'annualità.

La presente proposta di legge replica lo stesso meccanismo previsto dal comma 3-*bis*

del citato articolo 57-*bis* del decreto-legge n. 50 del 2017, rendendo disponibile una quota da destinare al riconoscimento del credito d'imposta esclusivamente sugli investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica, anche *on line*, effettuati nel corso dell'anno 2019, assicurando la relativa copertura mediante

l'utilizzo della quota di spettanza della Presidenza del Consiglio dei ministri dello stanziamento relativo all'anno 2109. Per gli anni successivi si rende stabile il contributo che verrà individuato anno per anno a valere sul Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione.

## PROPOSTA DI LEGGE

## Art. 1.

1. All'articolo 57-*bis* del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, sono apportate le seguenti modificazioni:

*a)* al comma 3, dopo il terzo periodo sono inseriti i seguenti: « A decorrere dall'anno 2020, agli oneri derivanti dalla concessione del credito d'imposta di cui al comma 1 del presente articolo si provvede mediante corrispondente riduzione del medesimo Fondo, nei limiti di spesa individuati dal decreto del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 1, comma 4, della citata legge n. 198 del 2016. La predetta riduzione del Fondo è da imputare sulla quota spettante alla Presidenza del Consiglio dei ministri per il credito d'imposta relativo agli investimenti pubblicitari sulla stampa quotidiana e periodica, anche *on line*, e sulla quota spettante al Ministero dello sviluppo economico per il credito d'imposta relativo agli investimenti pubblicitari sulle emittenti televisive e radiofoniche locali »;

*b)* dopo il comma 3-*bis* è inserito il seguente:

« 3-*ter*. Ai fini dell'applicazione del comma 1 nell'anno 2019, una quota pari a 30 milioni di euro, a valere sulla quota di spettanza della Presidenza del Consiglio dei ministri dello stanziamento relativo all'annualità 2019, è destinata al riconoscimento del credito d'imposta esclusivamente sugli investimenti pubblicitari incrementali sulla stampa quotidiana e periodica, anche *on line*, effettuati nel corso del medesimo anno 2019 ».

